Modaes

Empresa

Blue Star Group pisa el acelerador y prevé alcanzar 2.000 tiendas en 2024

El gigante argentino de accesorios, número uno en Latinoamérica por cifra de negocio, cuenta con más de 850 tiendas a través de sus marcas Todomoda e Isadora.

Andrea Rosales G.
3 ene 2020 - 04:00



Blue Star Group plantea llegar a 2.000 tiendas en cuatro años. La empresa argentina sigue con paso firme su sólido plan de expansión, en el cual prevé 50 nuevas aperturas para el presente año. Además, Blue Star Group plantea expandirse también en canales offline con sus marcas Todomoda e Isadora.

Actualmente Blue Star Group es una de las empresas argentinas más internacionales, debido a su agresivo plan de internacionalización que los ha llevado a tener presencia en México, Chile, Perú y en Brasil, donde desembarcó en 2018.

El grupo no se limita a la región de Latinoamérica y también plantea llegar a Oriente Medio, proceso que aún no se ha podido iniciar "cada mercado requiere de procesos

https://www.modaes.com/empresa/blue-star-group-acelera-y-preve-alcanzar-2000-tiendas-en-2024

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

específicos, y es muy importante avanzar alineados a los requerimientos de cada país" explicó Martín Castelli, presidente de Blue Star Group, a Modaes.

Para continuar consolidándose en la región, Blue Star Group inició un proceso de renovación de sus tiendas a mediados de 2018, empezando por llevar el nuevo concepto de tienda a México, su principal mercado por número de establecimientos. "Hemos creado un modelo de tiendas que permite resaltar mejor las colecciones, invitando al consumidor a tener una experiencia más cercana con el producto", comentó ese año Marta López Redondo, directora de Isadora.

En pasado marzo, la cadena de accesorios del gigante argentino Isadora llevó a Córdoba su nuevo formato de tienda.

Toda la operación del grupo es propia, "no damos franquicias, y esto permite poner foco en el consumidor y generar valor a partir de la creación y fortaleza de las ventajas competitivas". La producción se realiza tanto en oriente como en los distintos países donde operan, a través de proveedores especializados.

Fundada en 1995 en Buenos Aires, la empresa inició su negocio especializada en la distribución al por mayor. Actualmente los hijos del fundador de Blue Star Group, Martín, Mariana y Cecilia estan a cargo de la compañía, que se ha convertido en el mayor grupo de complementos de Latinoamérica, **con una facturación anual aproximada de 350 millones de dólares (315 millones de euros).**

https://www.modaes.com/empresa/blue-star-group-acelera-y-preve-alcanzar-2000-tiendas-en-2024

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.